HAVAS MEDIA

Investigación Cualitativa | Tenis





HAVAS SPORTS







Índice



Tenis

Metodología











Metodología

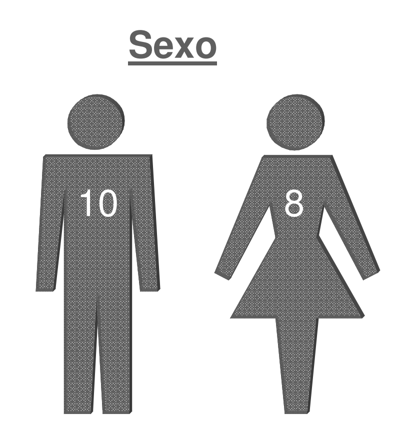


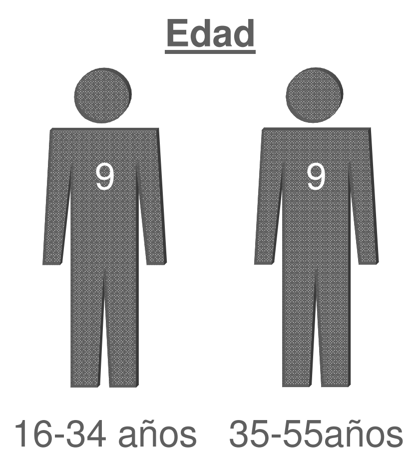
• Se realizó un Estudio Cualitativo en base a la técnica de Grupos Exploratorios de acuerdo al siguiente diseño de campo:

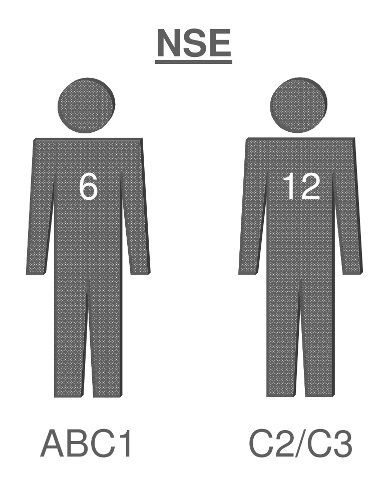
2 Grupos Mixtos. Personas de ambos sexos de NSE ABC de 16 a 55 años.

- 1 Grupo de **Aficionados** (Personas que juegan al tenis al menos una vez cada 15 días)
- 1 Grupo de **Interesados** (Personas que siguen noticias y miran y/o asisten a partidos de tenis como espectadores).

Conformación de los Grupos:











HAVAS SPORTS







HAVAS MEDIA

Tenis

Consumo de Deportes en general





HAVAS SPORTS







Consumo de Deportes en general

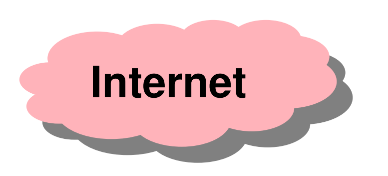


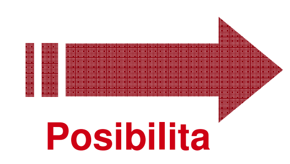
Los aficionados y los interesados, definición subjetiva de su lugar como espectadores

En el aficionado medio en nuestro campo convive su interés con el tenis junto con otros deportes que en el caso de los hombres se vuelca al fútbol. En cambio, entre las mujeres aficionadas, el tenis es el principal deporte que concita su atención como espectadoras.

Además de televisión, el medio ideal para buscar información es Internet. En todos los entrevistados adquiere un lugar de relevancia casi a la par de la televisión.

Perceptualmente aparecen ligados al concepto de "actualización instantánea" lo cual favorece una asociación persistente:



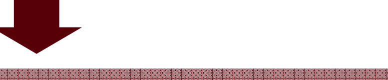


Seguir resultados en tiempo real

Consumo de Deportes en general



Estos rasgos del campo se sostienen entre aficionados e interesados, como primeras reacciones



- Los medios que ofrecen seguir el desarrollo del partido minuto a minuto son los que adquieren relevancia.
- Para informarse "en la previa" el diario en papel es otro medio elegido.

“Entro al portal de la ATP porque cuando hay torneos internacionales ahí puedo buscar los horarios de los partidos” (Aficionada).

“Cualquier cosa de deportes que encuentre en la tele me pongo a mirarla” (Interesada).

“En la página de la ATP entro seguido para ver como van los rankings o como va el partido cuando estoy trabajando” (Interesado).

"Por radio, a veces escucho fútbol; para el tenis la tele.... solo uso Internet si no lo puedo ver por tele (Aficionado).

La idea de "Actualización permanente" es lo que prima al momento de elegir un medio.

HAVAS MEDIA

Tenis

Situación del Tenis en la Argentina





HAVAS SPORTS





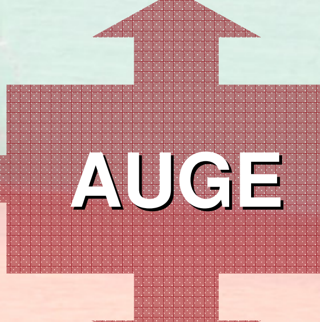

Situación del Tenis en Argentina



Unanimidad entre todos los entrevistados...

"Yo soy profesor de tenis y la verdad es que cada vez hay más alumnos" (Aficionado).

"Está en plena explosión, no conseguís una hora para jugar en ningún lado" (Aficionado).



"Hubo un impasse desde la época de Vilas y Clerc, pero ahora el tenis volvió a resurgir por todos estos chicos " (Interesado).

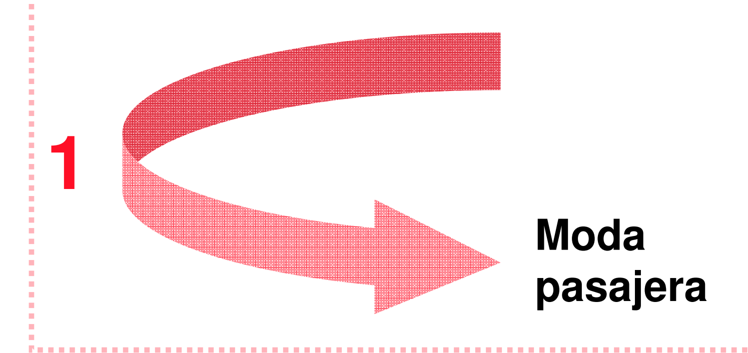
"Hay cada vez más padres que mandan a los chicos a escuelita para que se diviertan, hagan amigos y la pasen bien " (Interesada).

Situación del Tenis en Argentina



A pesar que todos califican como "Auge" el momento del tenis en la Argentina actual, surgen dos caminos

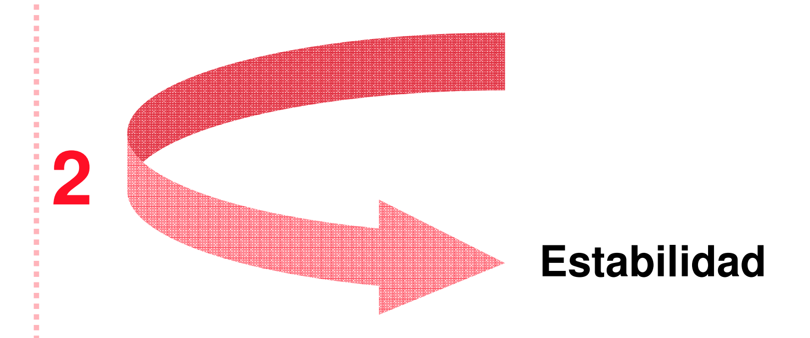
1



Moda pasajera

Hay quienes ven al fenómeno del tenis como directa consecuencia de los éxitos obtenidos por los jugadores argentinos en los últimos años, pero no ven un sustento sólido que posibilite que el tenis mantenga el interés que hoy tiene en buena parte de los argentinos

2



Estabilidad

Esta representación se origina en dos pilares básicos:

1. La Asociación invierte más en desarrollo de "semillero", esto posibilitaría que el desarrollo del tenis se mantenga constante y en crecimiento
2. "Vida Sana": Hay un interés de la población creciente en mantener hábitos saludables y el deporte es su principal emergente.

Si bien estas dos posturas no necesariamente son contradictorias y hasta pueden convivir entre sí. Entre los "Aficionados" prevalece la ESTABILIDAD; mientras que los "Interesados" se inclinan más por la "MODA PASAJERA"

HAVAS MEDIA

Tenis

Imaginario sobre el Tenis





HAVAS SPORTS







Imaginario sobre el Tenis



La imagen como representación es la conceptualización que se posee sobre algo, pero también involucra otros aspectos que van más allá de aquello que se ve en la superficie, implica además otros procesos como son el pensamiento, la percepción, las idealizaciones. En síntesis, es la imagen que el individuo se forma acerca de una cuestión, la conducta que asumirá frente a la misma.



De entretenimiento para las clases altas, a deporte masivo

¿Cuáles son los indicadores de la popularidad del tenis?

Proliferación de canchas

"Acá en Capital es imposible conseguir cancha, pero vas al Conurbano y encontrás una cada 5 cuadras... y a veces, también están ocupadas siempre" (Aficionado).

Precios accesibles

"En Capital es caro tomar clases de tenis, pero te vas al interior y lo que acá sale $100.-, allá sale $ 30.-" (Aficionado).

Masificación

"El mozo, el canillita; todos te hablan de tenis, todos saben de saques, de voleas" (Aficionado).

Cambio la hinchada, cada vez se parece más al´fútbol" (Interesado).

Simplicidad

"A los chicos les gusta mucho practicarlos, y es fácil; con un solo amigo ya está, ya podés jugar" (Interesado).





HAVAS SPORTS







Imaginario sobre el Tenis



Entre los entrevistados; aparece el tenis como un deporte integrador. Más allá de su carácter individual en el partido de tenis propiamente dicho, las escuelas de tenis aparecen como integradores sociales para los niños.

Dentro del club donde se practica tenis además, se evaden los riesgos que genera la inseguridad de la calle.

"Prefiero que mi hijo esté dentro del club jugando al tenis con sus compañeritos a que ande solo por la calle. Si está dentro del club me siento tranquila" (Aficionada).

"El tenis no es una moda, hay una tradición tenística acá en el país. Es cierto que cada vez juega más gente y los padres llevan más a los chicos, pero no es por moda, es justamente por esa tradición que tiene el tenis, que antes era muy minoritaria y ahora ya no. Pero moda no es, moda era el paddle. En el tenis los chicos juegan con amigos y se divierten (Interesado).

Surge también lo aspiracional en el tenis, su práctica y su asistencia a los estadios como símbolo de status.

"Ir a ver tenis es poder pertenecer a una sociedad económica alta. No es nada barato ir a ver un partido de la Davis." (Aficionada).

"Hay mucha gente que va a caretear a los partidos de tenis, no los miran; están para hacer sociales y para ir a comer, pero quieren sentirse parte de los que miran tenis" (Interesado).

Imaginario sobre el Tenis



Sobre los jugadores hay opiniones formadas y difieren entre los entrevistados

Jugadores Vistosos



Jugadores Efectivos

Se valora un tipo de jugador que privilegia el espectáculo y que intenta hacer el juego dinámico y entretenido para el espectador. Ejemplo: Federer

Es un tipo de jugador que busca el punto, el triunfo rápido. Hay una visión sobre deshumanización en el caso de estos jugadores y no son los preferidos por el público. Ejemplo: Sampras

Aparente contradicción:

"Juegan para ellos, para asegurarse su futuro; pero en la Copa Davis juegan por el país" (Interesado).

Establecen una diferenciación tajante entre el jugador cuando disputa Copa Davis y cuando lo hace en un torneo de Grand Slam. Aparece entre los entrevistados la idea que sostiene que en la Copa Davis, prima el prestigio por sobre el dinero.

Imaginario sobre el Tenis



Sobre los jugadores hay opiniones formadas y difieren entre los entrevistados

La vida privada

Si bien se reconoce el concepto de "vida sana" asociado al deporte en general, y al tenis en particular. También se hace hincapié en el sacrificio que conlleva una vida dedicada con exclusividad a la alta competencia.

Se destaca que en Argentina el interés por la vida privada de los tenistas adquiere una relevancia que no es igual en otros países. Pero por otro lado, en el imaginario, son los mismos jugadores los que fomentan esa "falta de intimidad"

Conviven dos ejes:

"Es un deporte obsesivo e individualista que exige en extremo a la persona. Yo creo que por un lado están salvadísimos económicamente pero por otro lado tienen la vida en stand-by. Pierden el disfrute 'no económico' de la vida" (Interesado).

Surge la idea de trabajo formal. No ven como un juego el rol que desarrollan los tenistas sino como un trabajo muy bien pago; pero a la vez, extremadamente extenuante.



Los tenistas argentinos y su denominación

Legión Argentina

Más allá de la participación en la Copa Davis, los entrevistados no manifiestan en particular un nombre para llamar al equipo argentino. Lo llaman así "Equipo Argentino de Copa Davis". No aparecen menciones ni conocimiento acerca del concepto "Selección Argentina de Tenis". Si aparece mencionada la "Legión Argentina" pero no por asociarla directamente con la Copa Davis, sino más bien con relacionarla con la camada de jugadores actuales.

"Les dicen la Legión Argentina porque es una generación de jugadores como nunca hubo, hay cerca de 10 tipos en alta competencia" (Aficionado).

"Todos estos jugadores que disfrutamos hoy no se si los vamos a volver a tener, esto es producto del 1 a 1, ya que en los '90 estos jugadores eran chicos y podían ir a competir a Europa. Hoy por hoy, eso no se da" (Aficionado).

"Se que para el futuro la AAT está trabajando con el semillero, eso antes no pasaba y me parece que está bueno" (Interesado).

HAVAS MEDIA

Tenis

Valores que asocian al Tenis





HAVAS SPORTS






Valores que asocian al Tenis



Valores

Espíritu de equipo

"Los chicos se enganchan en las escuelas, hacen amigos".

"Si bien el jugador está solo, también forma parte de un equipo que lo banca".

Afán de superación

"Una persona despreocupada nunca puede llegar a top ten".

Concentración

"No podés llegar a ser top ten si no sos obsesivo, casi enfermizo. No digo loco, pero muy obsesivo tenés que ser".

Originalidad

"No hay un estilo, hay muchos estilos de jugadores y cada uno juega distinto".

Tradición

"Tiene cosas tradicionales, no se puede jugar en cueros. Y está bien, sino todo se desvirtúa y es cualquier cosa".

Espontaneidad

"Los jugadores resuelven en el momento como puede ser la jugada. No hay algo predeterminado".

Individualismo

"Necesariamente tiene que ser así. Es uno solo contra todo, uno resuelve en cada pelota y está solo con la raqueta".

Esfuerzo

"Un 50% es entrenamiento, el otro 50% es la cabeza. Tenés que estar preparado físicamente pero también mentalmente".

Respeto

"Cuando las reglas se van perdiendo, el deporte funciona como un reservorio moral. Cuando las reglas se destruyen el deporte marca ciertos límietes. Si querés jugar a esto, tenés que respetar estas reglas".

Valores que asocian al Tenis



En el terreno de los valores que sostienen los entrevistados, estos manifiestan sus opiniones en dos sentidos: un grupo de ellos orientados a la norma y otro grupo orientados al placer.

Tipos de Valores



Orientados a la norma

Es fuerte la conceptualización que sostiene que el deporte funciona como ejemplo para el normal desarrollo de la vida social. El concepto de individualismo no aparece disociado del de solidaridad, del de espíritu de equipo. Se valora la disciplina, el respeto a las reglas y el desarrollo de valores que sugieren que con esfuerzo y dedicación, es posible lograr objetivos.

Orientados al placer

En una escala de valores hedonista aparece la idea de éxito. Un valor asociado de manera fuerte al tenis. Se vislumbra en los entrevistados que el afán de superación se trastoca por una necesidad de ganar a cualquier precio. Se remarca que el éxito como objetivo único, hace perder el disfrute.

La juventud, el sentirse bien, la popularidad son otros valores que el tenis trasmite en los cuales los entrevistados manifiestan que existe un delicado límite en el que a veces, se traspasan.

HAVAS MEDIA

Tenis

Torneos





HAVAS SPORTS





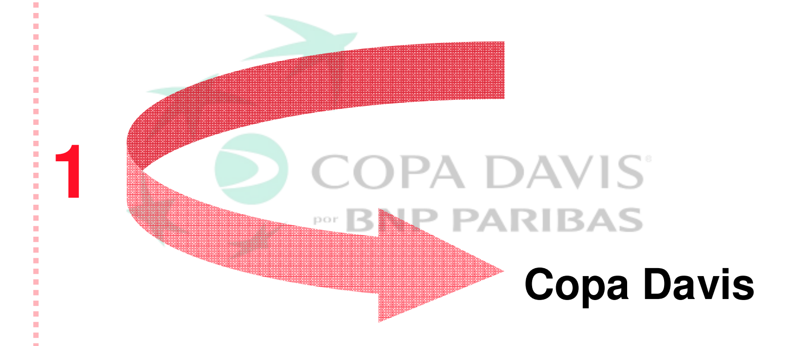


Torneos



Todos miran y se informan sobre los torneos pero diferencian dos grupos

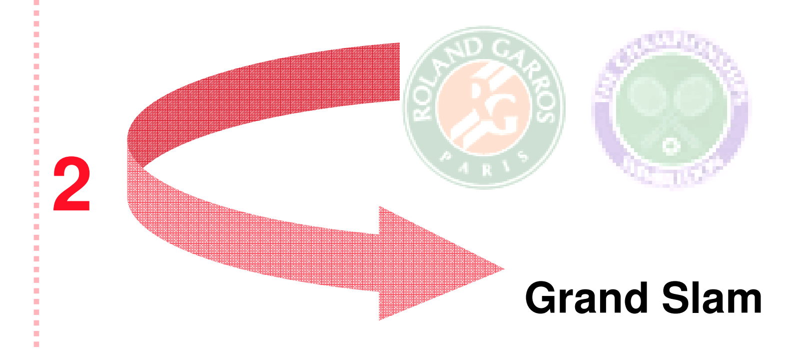
1



Copa Davis

Surge en los dos grupos la asociación a la Copa Davis con el Mundial de Fútbol. En Copa Davis, más allá de las individualidades de los tenistas, se juega por el país.
Se observa que el espíritu de equipo y cierta noción romántica de amateurismo está presente para los espectadores argentinos de Copa Davis. **Es el torneo preferido por todos.**

2



Grand Slam

Para los entrevistados, Roland Garros es el torneo de Grand Slam preferido por su superficie de polvo de ladrillo. Wimbledon por lo tradicional y el US Open por importancia, lo siguen en orden de preferencias. Si la Copa Davis se asocia con el Mundial de Fútbol, continuando con la analogía futbolística, estos torneos se comparan con la Copa Libertadores.

"En la Copa Davis se juega como país, no como jugador" (Aficionado).

"La final de la Copa Davis es Argentina - España, no es tal jugador contra tal jugador" (Interesado).

HAVAS
MEDIA

Tenis

Marcas que asocian al Tenis





HAVAS SPORTS



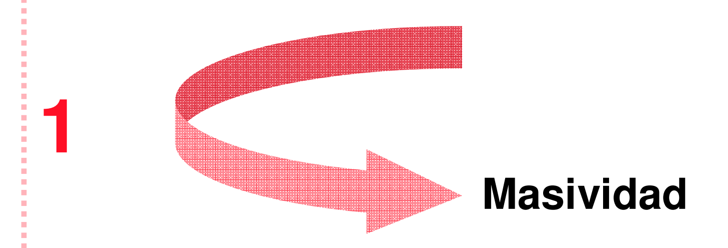



Marcas que asocian al Tenis



El acceso al tenis a las marcas les posibilita dos vías:

1



Masividad

Se advierte que el tenis genera cada vez más adeptos. Las marcas se vuelcan hacia allí porque la llegada es mayor. Se infiere que hay marcas que buscan llegar a cada vez más gente.









2



Exclusividad

Si bien llegan a más gente que antes, el tenis garantiza acceder a un estrato social más alto. "Mercedes Benz no auspicia fútbol" manifiesta una interesada. Se genera un alerta en cuanto a que cuando más crezca la llegada del tenis a sectores más masivos, las marcas busquen otro deporte. A pesar de esto, los entrevistados ven como demasiado lejana esa situación.

"Nunca vas a ver en el tenis publicidad de galletitas" (Aficionado).

"La marca además de hacer la propaganda, hace Relaciones Públicas, pone su carpita y hace sociales" (Interesada).

"Por más que haga popular, nunca va a ser como el fútbol. Una cosa es la Davis, pero los otros torneos son exclusivos, son de nivel" (Interesado).

HAVAS MEDIA

Muchas Gracias !!!





HAVAS SPORTS





